

**当選を勝ち取る為の
GS当選ナビゲータサービスのご案内
～平成27年統一地方選挙～**



目次

1. GS当選ナビゲータとは	3P
2. 支援者固め電話作戦について	4P
3. 票固めを目的とした効果的な電話作戦	5P
4. 支援者固め電話作戦費用概算	6P
5. GS情勢調査の特徴(住民ニーズ収集)	7P
6. 「電話帳データ」とGS-RDDデータでは異なる回答者年代	8P
7. 当選者に共通する選挙区情勢調査の活用方法	9P
8. 選挙区情勢調査当選事例(〇〇市長選)	10P
9. 選挙区情勢調査アンケート例	11P
10. 選挙区情勢調査結果報告書見本	12P
11. 選挙区情勢調査費用概算	13P
12. お問い合わせ	14P

1. GS当選ナビゲータとは

電話による投票依頼・情勢調査をコストダウンしたオートコール（自動電話）手法をIT技術を駆使して内容を大幅に刷新改良した新世代の候補者様向け電話サービスです。

■電話を活用した選挙活動

- ① ご本人の声で直接支援をお願いする支援者固め電話作戦
- ② 情勢調査（住民ニーズ調査及び浮動票存在地区の特定）

■特徴

1. IP電話回線利用によりデジタル音源再生で音声クリアですので御本人の声で確実に支持者に思いをお伝えできます。（後援会）
2. 独自抽出RDDデータ利用により従来のオートコールでは獲得できなかった30代、40代、50代の若年層サンプル数が増加。（情勢調査）
3. 発信者番号表示して架電するため迷惑電話ではない安心の電話。（後援会）
4. 1日最大300万件架電可能で、スピード調査が可能。
⇒平日夜間で調査完了（18：30～20：30）⇒翌朝9時迄に報告

選挙実績：平成24年12月衆議院議員選挙 投票依頼：約70万コール 選挙区調査：688選挙区
平成25年7月参議院議員選挙 投票依頼：約70万コール 選挙区調査：280選挙区

2. 「支援者固め電話作戦」について

昨今、オペレーターによる選挙向けの電話作戦の需要は年々減っています。

その一番の要因はコストや時間（含：公選法上の規制）以上に、第三者からの電話ということで、その効果が薄れてきています。

プロ的・営業的な声で電話をもらっても、受ける方にとってはセールス電話の一つという感覚で迷惑なだけという反応になってきています。

GS当選ナビゲータは組織内または選挙区の人に、候補者ご本人の声で直接お願いするわけですから、これ以上の選挙運動はありません。

しかも従前のアナログ録音と異なりデジタルでクリアな音声でメッセージが伝わります。

コール対象者の通話秒数等結果を分析することにより更なる戦術が立案できます。

※後援会名簿がない場合は「電話帳データ」で地区（町名等）を限定しての架電も可能です。

※告示期間中に本システムを利用した電話作戦を行い、その費用を選挙費用として計上しても公職選挙法上、何ら問題はありませぬ。

3. 「票固めを目的とした効果的な電話作戦」

候補者ご本人様の声で直接後援会員様、選挙区の世帯に、

①決起大会の参加案内

②投票依頼、期日前投票の告知・促進

③投票に行ってねコール（投票日当日）

※協力：日本政策学校



後援会員、選挙区有権者様

メッセージ(現職県議例)

こんばんは！〇〇県議選挙に立候補しました〇〇
〇〇でございます。
突然の録音電話で大変失礼しますが、この度の〇〇県
議会議員選挙についてお電話させていただいております。
もしお取り込みの方や失礼などがございましたら申し訳
ございません。どうぞお電話をお切り下さい。
来る××日は〇〇県議会議員選挙の投票日です。
皆様お一人お一人の声が市政を左右します。
ぜひご家族や知人など一人でも多くの方にお声掛け
をいただきご投票ください。
尚、当日ご都合がつかない場合は市役所や〇〇での
期日前の投票ができます。
私〇〇は……………市民派無所属の立場で
「市民の為の市政の実現」に取り組む所存であります。
何卒ご支援の程よろしく願い申し上げます。
最後までお聞きいただきありがとうございました。
どうぞお電話をお切りください。

4. 「後援者名簿電話作戦」費用概算(税別)

コール件数：後援会名簿登録者又は電話帳データ

録音 秒数：60秒～90秒以内

実施 時期：

1回目：決起集会案内

2回目：投票依頼（投票日前日）

■統一地方選挙ご優待価格
※実際に接続した件数のみご請求
ご相談下さい。

5. 「GS情勢調査」とは

従来のオペータによる電話調査でなく、あらかじめ録音した調査内容を調査対象者へランダムにコールし回答をダイヤル信号で認識し集計する手法です。

※従来のオートコール調査の音質、架電数を大幅に改良しました。

オペータによるアンケート調査、調査員による訪問聞き取り調査もごさいますが回答者にとって「生身の人間」に対しては、どうしても本音の部分が答えづらくなります。

各種世論調査では、例えば20代が15%、30代が15%というように、年齢層をまんべんなくサンプリングしますが、実際の投票となりますと、残念ながら20代の方は全年齢層の10%も投票しません。

パワーコールアンケートでは、興味のない方々は、途中で切ってしまいます。その為投票する人のだけの意向収集が可能です。

「選挙にいかない人の意見」よりも、「選挙に行く人の意見」が重要ですから、固定電話ユーザー（電話帳非掲載リスト含む）に強いパワーコールアンケートは開票結果に近いデータ収集が可能です。 ※開票との誤差3%未満

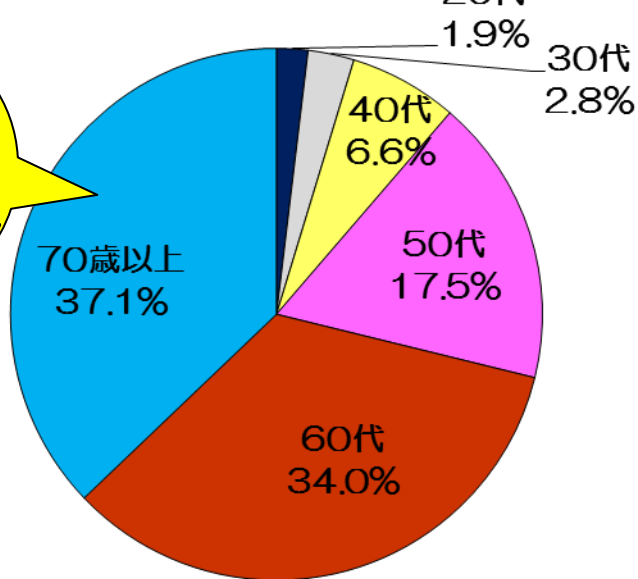
固定電話保有全個人世帯へのRDD架電により従来獲得できなかった、20代、30代、40代、50代のサンプル獲得数が大幅に増加しました。

※独自RDDデータ：選挙区の登録選挙人名簿数に按分してデータ抽出

6. 「電話帳データ」と「GS-RDDデータ」では異なる回答者年代

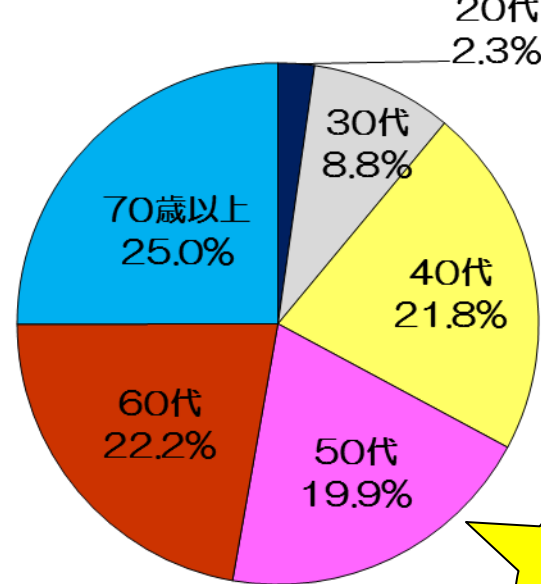
第46回衆議院選挙東京6区

電話帳データ割合



60代70歳
以上で
全体の70%超

GS-RDD割合



60代70歳
以上で
全体の
50%未満

調査会社	あかるい選挙推進協会	電話帳		GS-RDDデータ	
		割合	差	割合	差
20代	9.2%	1.9%	-7.3%	2.3%	-6.9%
30代	15.6%	2.8%	-12.8%	8.8%	-6.8%
40代	16.5%	6.6%	-9.9%	21.8%	5.3%
50代	17.6%	17.5%	-0.1%	19.9%	2.3%
60代	20.8%	34.0%	13.2%	22.2%	1.4%
70代以上	20.3%	37.1%	16.8%	25.0%	4.7%

※あかるい選挙推進協会は第45回衆議院選挙の投票結果の割合です。

②-2 「当選者に共通する選挙区情勢調査」の活用方法

■調査の目的

選挙区の有権者ニーズを数字で把握して、政策の重点項目浮動票を確実に票にする

人員の配分、活動の優先順位を決定

■調査内容

第1回目 告示2か月前迄に ※早ければ早いほど準備可能
政策の優先順位づけ、基礎支持率確認

⇒選挙区の有権者関心課題特定

第2回目 告示1週間前
地域別支持率（基礎票）確認

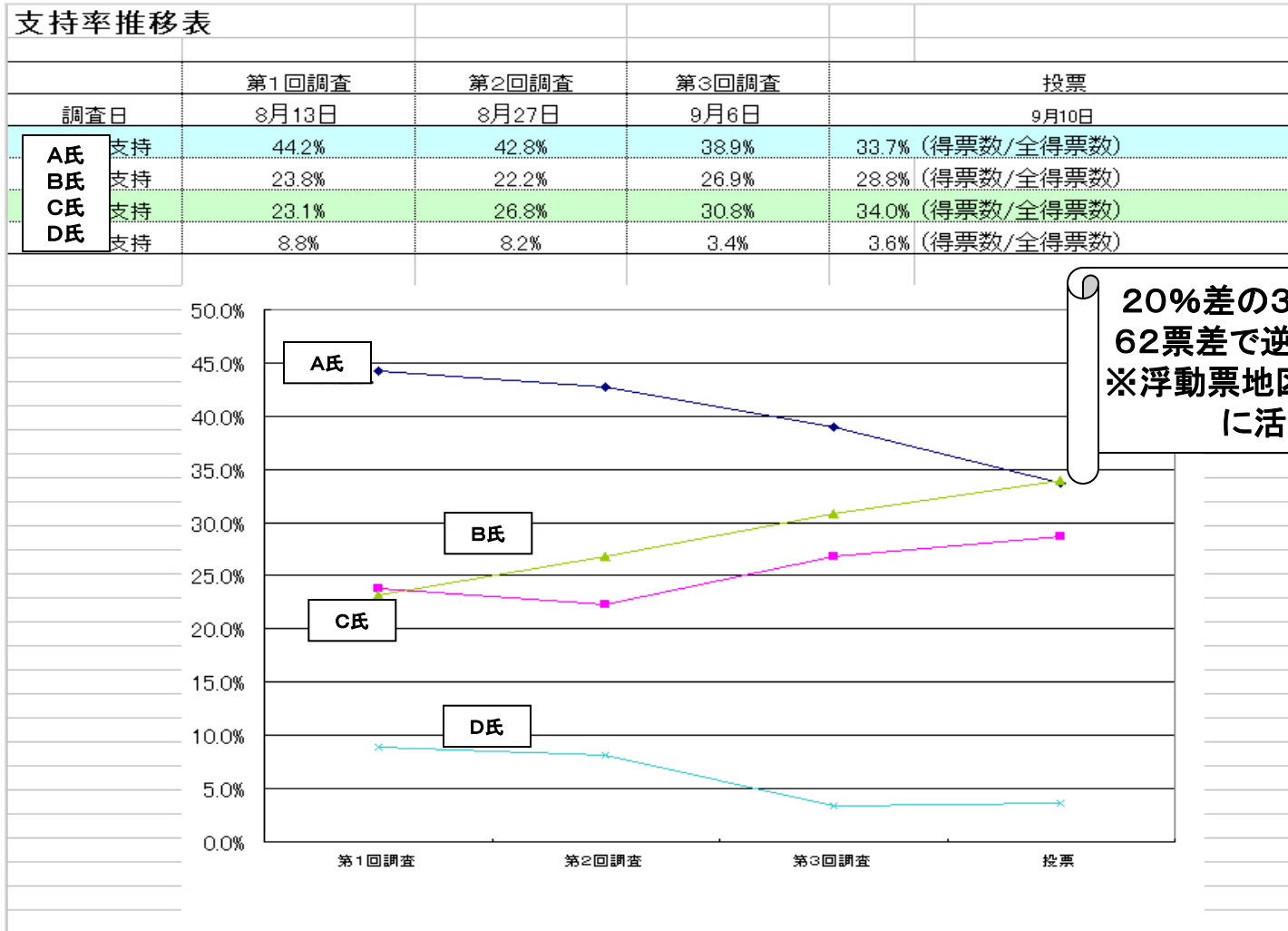
⇒有権者関心確認、重点地区の特定

第3回目 告示後最初の日曜日
票固め活動の進捗確認

⇒未決定者への票固め

※1回のみの場合
はできるだけ早めの調査を！

②-3 「選挙区情勢調査」当選事例(〇〇市長選挙)



②-4 選挙区情勢調査アンケート例(首長・県議会選挙)

※質問内容はご指定内容で作成いたします。

見本は

「別紙●●統一地方選挙自主調査結果」

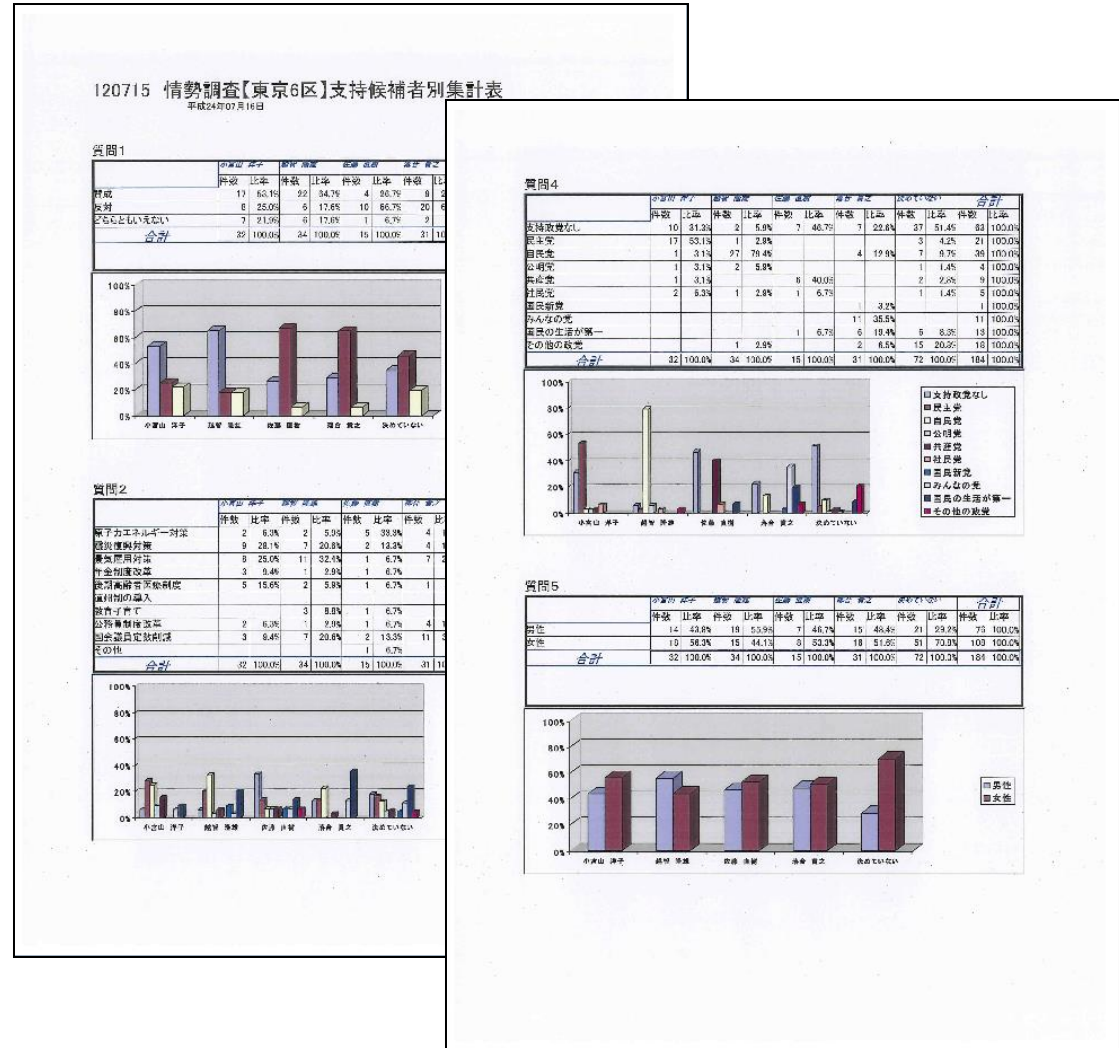
をご覧ください。

②-4 選挙区情勢調査結果報告書見本

■結果報告書内訳

1. 全体集計
2. 男女別集計
3. 年代別集計
4. 支持候補者別集計
5. 支持政党別集計
6. 関心問題別集計
7. 職業別集計等

※調査結果見本を
ご覧ください。



②-5 選挙区情勢調査費用概算(税別)

納品件数：1選挙区500サンプル以上納品

質問数：全7問以下

■調査費用（帳票一式）

通常価格 500サンプル1選挙区55万円

【統一地方選挙優待価格】特別価格でご提供いたします。

※価格についてはご相談下さい。

お問い合わせ

ご質問・ご相談等ございましたら下記までお願い致します。

株式会社グリーン・シップ

選挙プロジェクト担当：田中明子、石崎稲美

tanaka@green-ship.co.jp

ishizaki@green-ship.co.jp

〒102-0093

東京都千代田区平河町1-7-15 柳下フラッツ3F

TEL :03-4405-7163

FAX :03-6675-9735

携帯：080-4427-5557

URL :<http://www.green-ship.co.jp>